

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan sebuah proses yang setiap hari terjadi pada manusia. Komunikasikan dan komunikator senantiasa saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya. Komunikasi merupakan sebuah kegiatan yang mau tidak mau setiap manusia harus melakukannya sehingga kebutuhan hidupnya terpenuhi. Komunikasi yang terbangun memiliki sebuah tujuan yaitu tersampainya pesan kepada komunikan. Pesan yang disampaikan melalui proses komunikasi memiliki sebuah tujuan agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti, memperkuat bahkan mampu mengubah perilaku orang lain. Berarti, proses komunikasi yang dilakukan menghasilkan efek yang sesuai dengan keinginan komunikator. Menurut Onong U Effendy, tujuan dari komunikasi adalah untuk mengubah sikap, mengubah pendapat atau opini, mengubah perilaku dan mengubah masyarakat. Tujuan tersebut menjadikan setiap manusia membutuhkan proses komunikasi dalam kesehariannya.

Komunikasi sebagai sebuah kebutuhan primer yang sangat dibutuhkan manusia menjadikan komunikasi terbagi dalam berbagai jenis bidang. Salah satunya dalam bidang agama. Ada beberapa unsur yang menjadi kebutuhan manusia, salah satunya unsur rohani. Unsur rohani membutuhkan pemenuhan yang bersifat mental (rohaniah). Kebutuhan tersebut adalah pendidikan agama, budi pekerti, kepuasan kasih sayang dan segala aktifitas rohani yang seimbang (Yatimin, 2006). Kebutuhan manusia akan rohani ini pada zaman sekarang banyak didukung oleh berbagai media yang ada. Manusia adalah satu-satunya makhluk yang memiliki kemampuan untuk memahami dan mengamalkan nilai agamanya. Seperti yang dikatakan Allah dalam Al Quran yaitu “Sesungguhnya Aku menciptakan jin dan manusia hanya untuk menyembah kepadaKu (Ad Dzariyat: 56)”. Fungsi agama bagi setiap orang sebagai pustaka

kebenaran, dimana agama diibaratkan sebagai suatu gedung kebenaran (Endang, 1987). Hingga akhirnya agama dijadikan sebagai suatu pedoman dalam mengambil keputusan antara benar dan salah. Dalam hal ini kebutuhan manusia akan pemenuhan rohaninya menjadi sebuah kebutuhan. Dalam konsep Islam ada Dakwah sebagai salah satu jalan untuk mengisi kebutuhan manusia pada rohani tersebut.

Dakwah merupakan sebuah perbuatan untuk mengajak seseorang kepada kebaikan dan melarang kepada kebatilan sesuai dengan syariat Islam (Sayyid, 2011). Dalam Islam, setiap umatnya diperintahkan untuk selalu memperjuangkan dan menyebarkan kebenaran. Perintah dalam Islam inilah yang kemudian semakin banyak gerakannya yang akhirnya dinamakan dakwah. Dengan adanya dakwah agama Islam tidak pernah terputus pada generasi tertentu, pasti saling menyambung ajaran yang diajarkan Rasulullah SAW dan diperintahkan Allah SWT. Tersebarunya Islam di penjuru dunia dewasa ini tidak lepas dari kontinuitas dakwah sendiri (Harun, 1985). Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pemimpin Islam merupakan seorang dai dan dalam kiprah dakwahnya telah berhasil menarik masuknya orang-orang kafir menjadi pemeluk Islam yang taat (Thomas Walker, 1981).

Dakwah yang disampaikan oleh setiap dai merupakan sebuah komunikasi yang berusaha dibangun untuk memahamkan mudai tentang ajaran Islam. Dakwah yang efektif membutuhkan sebuah komunikasi yang efektif. Tidak sekedar cara penyampaian yang baik, namun juga membutuhkan pemilihan kata yang juga efektif sesuai dengan pendengar dai. Dakwah dengan metode ceramah pada zaman sekarang tidak lagi dari satu rumah ke rumah yang lain, dari satu musholla ke musholla lainnya, namun sudah merambah ke berbagai media massa. Media massa yang paling besar digunakan adalah televisi.

Banyak faktor yang menjadikan televisi menjadi pilihan media untuk penyebaran dakwah. Televisi merupakan urutan pertama yang menduduki "*The Big Five of Mass Media*" dimana

keempat setelahnya yaitu film, radio, majalah, dan Koran. Televisi mempunyai fungsi komunikasi yang saling melengkapi yaitu *social function* dan *individual function*. Fungsi terhadap masyarakat bersifat sosiologis sedangkan fungsi terhadap individu bersifat psikologis (Djuarsa:1993).

Televisi merupakan pembentuk kehidupan seseorang dalam kesehariannya. Sebagai media massa, pada satu sisi televisi merupakan sumber informasi, pendidikan dan hiburan, akan tetapi pada sisi lain televisi juga berisi informasi yang negatif seperti kekerasan, bahasa kasar, tindakan yang tidak santun, mistik, pornografi, dan nilai moral yang semakin jauh dari kata beradab. Pemberitaan yang juga semakin tidak jelas arah gerakannya menjadikan masyarakat gampang terpengaruh oleh partai politik yang hanya memanfaatkan frekuensi untuk kepentingan pribadi. Menurut catatan dari Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) Jakarta, 90% program televisi adalah untuk orang dewasa, 7% merupakan program hiburan dan hanya 3% yang merupakan program pendidikan.

Dari penjelasan diatas bisa dikatakan bahwasanya televisi sangat menentukan bagaimana kemudian seseorang bersikap dan berperilaku, bahkan ada yang menjadikan televisi sebagai kiblat dalam kehidupan. Perlu adanya pendidikan media bagi anak, agar pada nantinya anak dapat menilai sendiri tayangan mana yang perlu dilihat, dan tayangan mana yang harus ditinggalkan. Hal ini dibutuhkan agar generasi selanjutnya tidak terus-menerus mudah dipengaruhi oleh beragam tayangan yang bersifat tidak mendidik.

Komunikasi massa melalui media televisi adalah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Daya tarik media televisi demikian besar sehingga pola-pola kehidupan manusia sebelum dan setelah munculnya televisi berubah drastis. Media televisi saat ini menjadi panutan baru (*news religius*) dan menciptakan *budaya populer* di sekitar kita. Dalam budaya ini kandungan media condong ke arah apa yang

penonton televisi pertimbangkan sebagai sesuatu yang paling menarik, atau yang menjadi pusat perhatian (Limburg, 2008: 174).

Televisi menjadi media yang digandrungi masyarakat saat ini. Dalam perkembangan masyarakatnya, Indonesia merupakan negara dengan muslim terbanyak di dunia. Menurut data yang dilansir, Indonesia masuk dalam 10 negara di dunia dengan populasi muslim tertinggi. Pada tahun 2010 saja presentase muslim Indonesia mencapai hingga 12,7 persen dari populasi dunia. Hal tersebut berarti dari 205 juta penduduk Indonesia sedikitnya 88,1% beragama Islam. Populasi muslim yang sangat besar menjadikan masyarakat Indonesia membutuhkan tayangan atau program dakwah yang dapat mendukung serta meningkatkan kerohanian. Berdakwah melalui televisi merupakan suatu kepentingan bagi umat muslim. Para pemilik media menyadari akan kebutuhan manusia akan kerohanian, selain dikarenakan Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim. Melihat peluang tersebut tayangan program dakwah di televisi semakin gencar, hingga akhirnya di berbagai media televisi, ustadz dan ustadzah menyampaikan dakwahnya agar lebih mudah dijangkau dan bervariasi konsep program dakwahnya.

Berbagai macam program dakwah yang berbau islami hampir ada di seluruh stasiun televisi di Indonesia. Dengan jumlah 10 lebih stasiun televisi swasta di Indonesia dan setiap stasiun televisi memiliki program dakwah sendiri, maka setiap masyarakat berhak memilih program dakwah yang sesuai dengan kebutuhan dan kesenangan mereka. Program dakwah yang berkonsepkan ceramah juga terdapat di berbagai stasiun televisi tersebut. Media Nusantara Citra Televisi (MNC TV) mempunyai program dakwah yang berkonsepkan ceramah tanpa audience. Program dakwah cahaya tauhid yang dipandu oleh KH. Abdullah Gymnastiar merupakan program dakwah yang ditayangkan di MNC TV di tahun 2015 dengan jam tayang mulai pukul 04.30 WIB. Tayangan tersebut tanpa menggunakan audience dengan latar pemandangan. Kemudian, pada tahun 2016 MNC TV memiliki program dakwah siraman qalbu

yang disiarkan mulai pukul 04.00 WIB dan sempat berganti menjadi pukul 05.00 WIB. Siraman Qalbu tidak diisi oleh da'i yang tetap namun berganti ganti dengan konsep ceramah memakai audience.

Surya Citra Televisi (SCTV) memiliki program dakwah mutiara hati yang ditayangkan saat bulan Ramadhan. Mutiara hati ditayangkan disela sela waktu Dhuhur, Ashar dan Subuh. Prof. Dr. Muhammad quraish Sihab bertindak sebagai da'i dalam program dakwah tersebut. Konsep dibawakan hanyalah *one way communication tanpa adanya mad'u* di tempat tersebut. ANTV merupakan stasiun televisi yang memiliki program dakwah wisata hati dan juga sempat berganti nama dengan "chating dengan YM" yang dipandu langsung oleh Yusuf Mansyur sebagai da'i sejak tahun 2011 namun berhenti tidak sampai sekarang. Konsep program dakwahnya menggunakan komunikasi satu arah dengan proses belajar. Trans 7 memiliki program islam namun bukan dengan konsep ceramah yaitu dengan memaparkan kisah perjalanan seorang muslim di berbagai negara. Program jazirah islam menjelaskan sekilas tentang kehidupan muslim di negara yang jumlah muslimnya minoritas, kisah inspiratif para muallaf di berbagai negara dan napak tilas Islam di negara lain.

Metro TV mempunyai prgram dakwah tafsir Al Quran yang berjudul Tafsir Al Misbah yang dibawakan oleh Qurays Sihab sebagai da'i dan Hilbram Dunar sebagai pembaca cara serta ditemani dengan satu oraang bintang tamu dari kalangan selebriti. Program tayangan tersebut tanpa adanya audience di tempat berlangsungnya kajian. Rajawali Citra Televisi (RCTI) mempunyai program dakwah assalamualaikum ustadz yang dibawakan oleh Kiwil dan Ramzi sebagai pembawa acara dan da'i yaitu Ahmad Al Habsyi dan Ustdzah Munifah serta Ustadz Hidayat Nur Wahid. Tema yang diangkat tentang permasalahan sehari hari umat. Segala bentuk media bisa dijadikan sebagai tempat bertanya dari audience. Pembawa acara menciptakan suasana menjadi tidak begitu kaku dengan candaannya.

Berbagai kreasi, konsep program, segi format acara, maupun figur yang mengisi acara tersebut diatur sedemikian rupa untuk menarik target sasaran yang diharapkan. Hampir semua stasiun televisi swasta memiliki acara dakwah sebagai jalan untuk memberikan masukan rohani terutama bagi umat muslim di Indonesia. Beberapa acara yang sudah ada yaitu program acara “Islam Itu Indah” yang disiarkan secara langsung di Trans TV setiap hari di pagi hari, serta program acara “Mamah dan Aa” yang disiarkan oleh Indosiar setiap hari di pagi hari.

Jika dilihat dari semua program dakwah yang ada di televisi swasta maka program dakwah yang ditampilkan merupakan program dakwah yang tidak mempunyai audience ditempat berlangsungnya acara serta ceramah yang dibawakan cenderung komunikasi satu arah. Indosiar dan Trans TV menampilkan program dakwah yang mana di dua program dakwah “Islam Itu Indah” dan “Mamah dan Aa Beraksi”, menampilkan banyak selingan ceramah dengan guyonan serta tingkah laku da’i ataupun bukan. Dengan cara penyampaian pesan yang bisa dibilang tidak kaku tersebut terkadang perlu dipertanyakan tentang substansi dakwahnya. Substansi dakwah yang dihasilkan juga tidak bisa serta merta dilihat secara vulgar, namun perlu dilihat dari berbagai segi termasuk dari segi bentuk penyampaian dakwahnya.

Dua program dakwah ini merupakan program yang secara sekilas dilihat memiliki kesamaan di beberapa hal. Dalam program dakwah “Islam itu Indah” dan “Mamah dan Aa” dengan durasi yang sama yaitu 1 jam lebih. Tidak hanya itu, dua program dakwah juga memiliki kesamaan dalam pembawaan humor dari setiap da’i nya. Hanya saja peran yang melakukan humor itu yang menjadi berbeda. Dalam program dakwah “Islam itu Indah” didapati bahwa Ustadz Maulana yang banyak melakukan peran untuk memberikan humor di sela sela dakwahnya. Tidak dengan Ustadzah Okky ataupun Ustadz Syam, begitu pula dengan pembawa acara program Fadli. Hal tersebut tidak dominan dilakukan oleh da’i yaitu Mamah Dedeh pada program “Mamah dan Aa”. Dalam program dakwah tersebut yang lebih sering

melakukan humor adalah pembawa acara atau Abdel. Sedangkan, Mama Dedeh hanya sesekali memberikan kalimat atau gerakan yang mengundang tawa.

Kesamaan lainnya yaitu adanya band di setiap program dakwah tersebut. “Islam itu Indah” memiliki band yang mengiri masuk dan keluaranya segmen namun juga tidak terlalu dominan. Jika program dakwah “Mama dan Aa” sangat panjang musik yang mengiri. Hal yang kemudian menarik dilihat dari dua program dakwah ini adalah terlalu dominannya sesi ‘tertawa’ atau sesi yang tidak mengandung dakwah secara substansial. Jika di program dakwah “Islam itu Indah” dilakukan banyak oleh da’i sendiri entah itu dari perkataan ataupun perilaku da’i yaitu Maulana. Sedangkan dalam program dakwah “Mama dan Aa” ada pembawa acara yang memancing untuk membuat sebuah lawakan. Dengan latar belakang seorang pelawak, pasti tidak sulit untuk membuat lawakan yang bagus.

Penelitian ini ingin melihat secara substansi dakwahnya bagaimana isi dakwah yang ada di dua program dakwah tersebut. Dengan banyaknya lawakan tersebut pastinya substansi dakwah yang dilihat tidak terlalu banyak. Artinya program dakwah yang dilakukan hanya sekedar untuk memenuhi pasar dan memenuhi kantong pemilik media. Jika terlalu banyak lawakan yang ditampilkan, maka masyarakat yang ditonton program dakwah ini tidak bisa mengaplikasikan apa itu Islam dan da’i yang menyampaikan hanya sekedar bekerja pada media yang bersangkutan.

Kedua program dakwah ini sejatinya sama-sama menyampaikan ajaran Islam dengan melihat kondisi masyarakat yang ada. Beberapa kesamaan yang ada dan beberapa perbedaan yang ada membuat peneliti tertarik untuk meneliti dua program ini karena memang substansi yang melekat di kedua program dakwah ini sangat berbeda. Dengan dominan lawaan dan iklan membuat peneliti berfikir seberapa besar perbedaan dan kecenderungan ke arah mana dakwah yang disampaikan dalam dua program dakwah tersebut.

Subtansi dakwah pada hakikatnya adalah mengajak kepada yang baik dan mencegah kepada yang mungkar. Bentuk penyampaian dakwah yang disampaikan oleh da'i dan yang berepran di dalam program dakwah akan menjadi suatu hal yang akan ditiru oleh penontonnya. Jika penyampaian dakwah hanya bersifat menghibur maka program dakwah yang dibuat bisa jadi hanyalah buatan pemilik media untuk mencari keuntungan lebih karena manusia membutuhkan kebutuhan rohani yang salah satunya dipenuhi dengan adanya program dakwah di televisi tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar perbedaan antara program dakwah “Islam Itu Indah” dan “Mama dan Aa Beraksi” ?
2. Apa saja kecenderungan bentuk penyampaian dakwah dan isi pada program dakwah “Islam Itu Indah” dan “Mama dan Aa Beraksi”

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan peneliti dapat mendeskripsikan secara jelas terkait bentuk penyampaian pesan serta isi dakwah yang disampaikan dalam program dakwah “Islam itu Indah” dan “Mama dan Aa”.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan sedikit sumbangsih pemikiran yang dapat dimanfaatkan untuk menambah referensi pengetahuan pembaca.

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan terutama mengenai program dakwah yang ideal dan karakteristik program dakwah yang layak untuk ditonton. Serta, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman secara jelas terkait program dakwah serta apapun yang terkait dengan hal tersebut.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi program dakwah yang bersangkutan untuk bahan evaluasi serta bahan untuk memperbaiki program dakwah sehingga program dakwah yang dibawakan dapat membawa perubahan yang signifikan pada masyarakat secara luas tidak hanya mengejar *rating* semata.

